

Manejo de Social Media para Periodistas

Por Laura Termini



@LauraTermini

1. La Marca Digital

1. La mayoría de los periodistas tradicionales fueron formados en la vieja escuela que predicaba que jamás debían expresar sentimientos u opiniones en el periodismo informativo y, muchos menos, ser noticia.
2. Pensarnos como una "marca" nos produce reacciones alérgicas.
3. Para los nuevos periodistas hablar de "personal branding" no antagoniza con ningún principio profesional. Al contrario, asumimos con toda naturalidad que el nombre individual merece crearse, pulirse y protegerse.



@LauraTermini



La marca digital del periodista



@LauraTermini

¿Qué es la marca digital del periodista?

La marca digital es la presencia que el periodista tiene en internet, la cual se distingue por mantener una buena reputación online. Se construye en el tiempo y con la presencia constante en redes sociales. El blog sigue siendo una gran herramienta para mostrar nuestro talento.



@LauraTermini

10 señales para identificar que tienes una marca digital



@LauraTermini



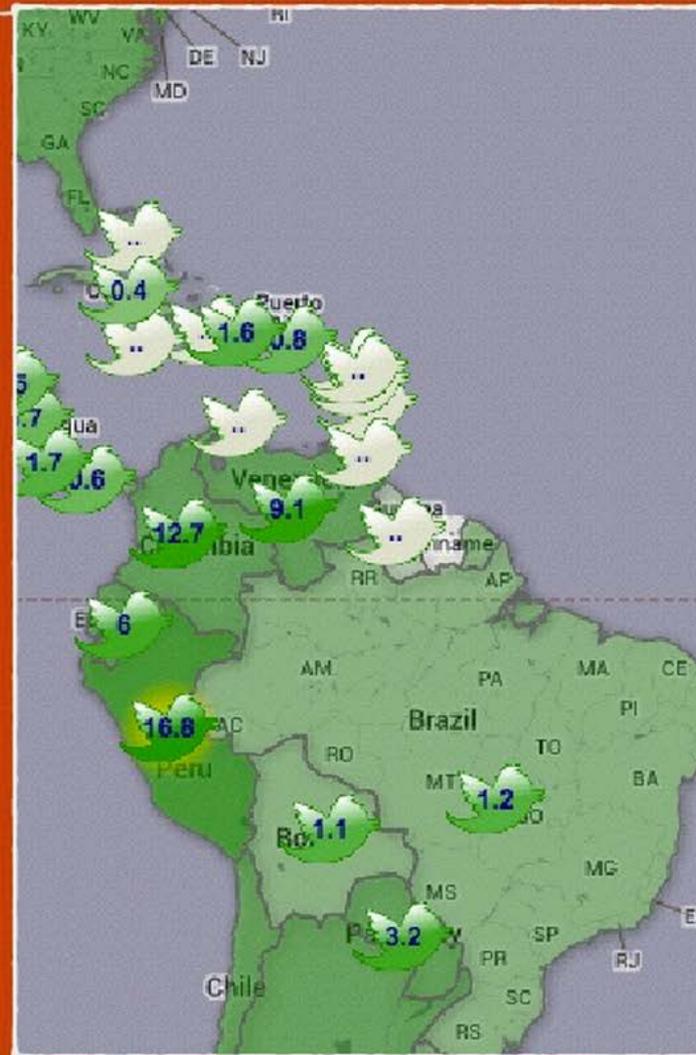
1. CALIDAD Y NO CANTIDAD



@LauraTermini

2. CIUDADANO DEL MUNDO

El territorio de las redes sociales no tiene fronteras. Tu grado de influencia debe estar más allá de tu ciudad, y de tu país. Una red de contactos realmente amplia implica que puedas conversar, aprender, apoyar o pedir auxilio a colegas y a ciudadanos de cualquier parte del mundo a la velocidad de un tuit, un mensaje en Facebook o en LinkedIn, una charla en Gtalk, Skype o un correo electrónico. ¿Tienes una agenda internacional gracias a tus contactos en Twitter, Facebook o LinkedIn?





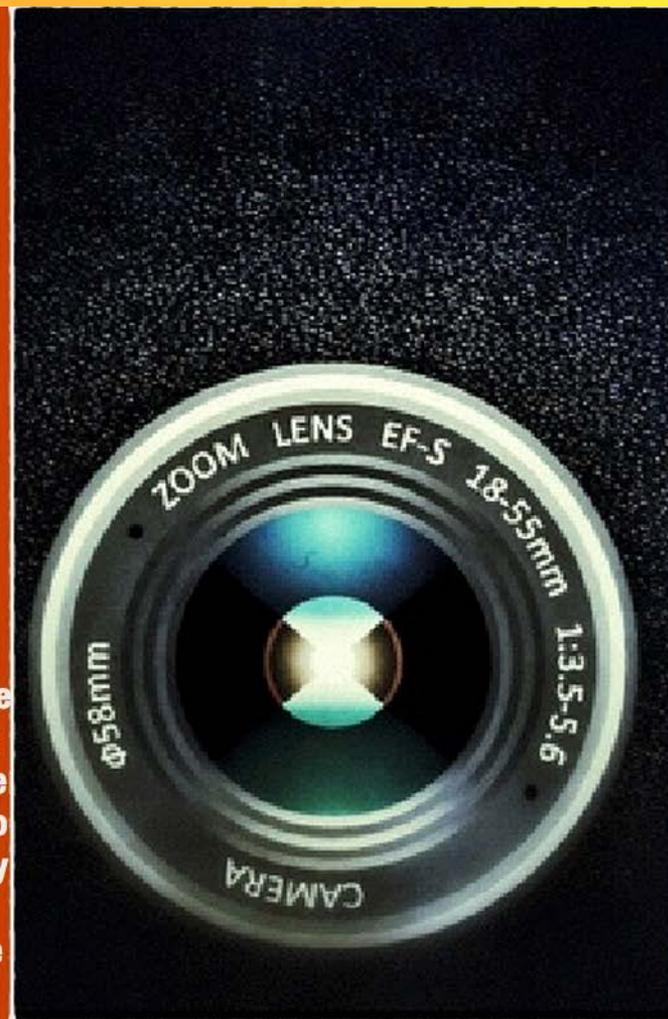
3. TE RECONOCEN, TE CITAN, TE MENCIONAN... TE LINKEAN



@LauraTermini

4. ERES TU PROPIO MEDIO

Hay periodistas que tienen más seguidores en Twitter que su propio medio de comunicación. Los periodistas con una sólida marca digital tiene un arrastre impresionante en las redes sociales gracias a su credibilidad y humildad. Este tipo de comunicador con una tribu de seguidores no solo ayuda a su medio (a que se lean sus contenidos y se difundan de manera viral) sino que es un medio en sí mismo. En el actual ecosistema este será un profesional más cotizado.



@LauraTermini

- 5. SABES ESCUCHAR
 - 6. NO ERES UN PAYASO
 - 7. PUEDES MOSTRAR TU TRABAJO EN LA RED
-



2. Como sacarle provecho a la marca personal o digital?

1. **Trabaja tu personal branding.** Demuestra que sabes de eso que dices que sabes.
2. **Mantén un blog** y demuestra que conoces el tema del que quieres vivir.
3. **Usa Twitter para posicionarte.** O conviértete en videoblogger, si lo tuyo es la imagen. O un podcast si lo tuyo es la voz.
4. **Pasar de buscar a que te busquen:** Hay blogs personales, que son (o podrían ser) monetizables en sí mismos. Y esto quiere decir que, si hacemos un buen trabajo, las oportunidades de negocio aparecerán. Deberá estar en el ADN del nuevo periodista el pensar que no tendrá un equipo comercial a su servicio.



@LauraTermini



Nelson Bocaranda S.

@NelsonBocaranda

Venezuela's experienced Journalist, Director RUNRUN ES, Circuito Éxitos 99.9 FM, Unión Radio, Venevisión & Diario El Universal.
Caracas, Venezuela - runrun.es

TWEETS 136K SIGUIENDO 643 SEGUIDORES 1,93M Seguir

RUNRUNES SECCIONES • TV SIGUIENDO



GOBIERNO SWEB #Runrunes SAUD ninguno de los c



•Nelson Bocaranda

•Reconocido periodista venezolano, creó su cuenta en Twitter @NelsonBocaranda.



@LauraTermini



Nelson Bocaranda S. ✓

@NelsonBocaranda

Venezuela's experienced Journalist, Director RUNRUN.ES, Circuito Éxitos 99.9
FM, Unión Radio, Venevisión & Diario El Universal.
Caracas, Venezuela - runrun.es

TWEETS 136K SIGUIENDO 643 SEGUIDORES 1,93M Seguir

RUNRUNES SECCIONES • TV SIGUIENTES



QUEMOS UNO #Runrunes DAJO ninguno de los c



•Nelson Bocaranda.

•Al alcanzar casi el millón de seguidores creó su portal web: runrun.es donde publica noticias y columnas de opinión.

•Actualmente tiene casi **2.000.000 de seguidores.**



@LauraTermini

3. Verificación de Información como evaluar y certificar la fuente de la información

- **Verificar y contraverificar.** La red contiene mucha información, pero puede ser falsa. Afortunadamente los diferentes mecanismos de localizar la información (correo electrónico, listas de discusión, dan la comprobación de los datos entregados por las agencias de noticias y demás fuentes institucionales, relativizando, de esta manera la dependencia de fuentes oficiales.



@LauraTermini

- **Etiquetar:** Toda información compartida debe ser identificada con un hashtag (#Etiqueta), esto para que quienes buscan información mediante este termino consigan oportunamente este dato para confirmarlo o enterarse. En Venezuela, se han usado etiquetas para reportar protestas a nivel nacional como #Venezuela #SOSVenezuela y la etiqueta que identifica al día del evento por ejemplo #18F si ocurre el 18 de Febrero.



@LauraTermini

- **Conocimiento y versatilidad.** Actualizarse permanentemente porque el medio cambia en a cada momento. Y no menos importante, anticiparse a los cambios.
- **Disposición a ser corregidos por los usuarios,** y a integrarlos en la elaboración de los contenidos.
- **Manejo de herramientas tecnológicas básicas:** procesador de textos, editores web, funcionamiento de Internet, ftp, uso de cámaras de video y fotográficas (análogas y digitales), escaneo y tratamiento de imágenes, correo electrónico, software específico que se utilice en el medio.



@LauraTermini

- Reportaje colaborativo (como el infocidadadano se convierte en reportero de la calle)
- Una pequeña cámara en el celular. Conexión a Internet. Una oportunidad. Con pocos elementos una noticia puede dar la vuelta al mundo. En una época de cambios tecnológicos que crecen a ritmo vertiginoso, sumado a la posibilidad de que un individuo puede expresarse cada vez con mayor alcance, el concepto de periodismo ciudadano o infocidadadania se instala en la dinámica informativa electrónico, software específico que se utilice en el medio.



@LauraTermini

- La presencia de Internet y de las plataformas digitales permiten que el mundo entero tenga al alcance de la mano, cualquier información que se esté generando en el momento preciso.
- El "tiempo real" se instauró como una ventaja ante los medios tradicionales. Hechos recientes tales como las manifestaciones por el proceso electoral en Irán, la muerte de Michael Jackson, el conflicto político de Honduras, son ejemplos de cómo se han transmitido antes por las redes de Internet, que por cualquier otro medio, que luego se han hecho eco de estas informaciones.



@LauraTermini

• **Crea círculos de confianza:** Mucha gente aprendió a pulir y cuidar lo que publica. Por eso el usuario de redes sociales ha desarrollado un criterio para la elección de aquellos a seguir ante la proliferación de la “rumorología digital”. En otras palabras: me quedo con mi círculo de confianza. Esto es algo que tarda y hay que convivir un rato en la red social para poder confirmarlo, pero a largo plazo da sus frutos.



@LauraTermini

- **Cuidado con montajes:** Muchas fotografías pueden ser compartidas como montajes o ser identificadas como de sucesos recientes cuando en realidad no lo son. Para eso también existen herramientas como **FotoCheck en Google Chrome** que agrega un enlace a los tweets con fotografía para 'Comprobar imagen y determinar si la imagen es original o no.
- **Contacta al usuario.** Si quieres confirmar con más detalle, las redes sociales permiten escribir mensajes, tweets o DMs para preguntar o expandir información. La comunicación NO es unidireccional.



@LauraTermini

Alberto Arébalos

Director de Comunicaciones y Asuntos Públicos de Google en América Latina

Como toda red social, Google+ le puede permitir a un periodista seguir a personas que, por su interés noticioso, son importantes o incluso le ayudará a difundir sus propios trabajos de otra manera. El periodismo es un trabajo social por excelencia y participar de una plataforma donde se puede acceder a fuentes en forma directa siempre es útil para cualquier periodista.

Por otra parte, creo que *Features* y *Hang out* van a ser muy pronto empleados por empresas para efectuar rápidas sesiones de preguntas y respuestas locales o regionales.

Nosotros mismos estamos en proceso de lanzar una serie de hang outs con periodistas para que puedan tener acceso a ingenieros y otras fuentes claves de Google de una forma directa e interactiva.

Creo que la facilidad para armar grupos hace que tanto del lado de la empresa como de los periodistas, se puedan administrar con mucha facilidad las fuentes y sectores de interés con una granularidad muy específica.



Estamos en proceso de lanzar una serie de hang outs con periodistas para que accedan a fuentes claves de Google”.



@LauraTermini

MI MARCA PERSONAL ES MI BLOG:

CHICANOL | NATURAL, ORGÁNICA & LATINA
BY LAURA TERMINI

WWW.CHICANOL.COM



[LAURATERMINI](#)



[@LauraTermini](#)